

## KATA PENGANTAR

Pujisyukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan ruang dan waktu serta kesehatan jasmani dan rohani, sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik program tugas akhir yang telah dilaksanakan yang merupakan syarat kelulusan dan syarat ujian sidang Sarjana Desain pada program studi Desain Komunikasi Visual. Dan penulisan ini merupakan laporan dari kegiatan tugas akhir yang sudah penulis laksanakan sesuai kurikulum Desain Komunikasi Visual di TELKOM *CREATIVE INDUSTRIES SCHOOL*.

Dalam pelaksanaan tugas akhir ini, penulis tak lepas dari keterbatasan-keterbatasan yang ada dalam diri penulis sendiri, seperti kekurangan ide kreatif, kesulitan dalam mendesain, kesulitan dalam merangkai kata dalam setiap bait penulisan, dan lain sebagainya. Dalam karya desain yang dihasilkan juga dalam penulisan, disini penulis mungkin banyak kekurangan dan tidak sempurna, namun penulis berharap mudah-mudahan desain dan penulisan ini dapat digunakan sebagai penambah pengetahuan budaya dan juga dapat menjadi referensi serta menambah kajian ilmu Desain Komunikasi Visual khususnya hal – hal yang dapat diupayakan dari segi desain untuk memperkenalkan budaya dan tradisi.

Dalam pengerjaan tugas akhir ini, penulis mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Ayahanda dan ibunda penulis yang selalu setia mendoakan dan mensupport walau hanya melalui jaringan *celular* sehingga penulis tetap semangat dan dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
- Bapak Iman Sumargono, S.Sn, M.Sn. yang sudah sangat berkenan meluangkan waktunya dalam membimbing penulis selama pengerjaan tugas akhir ini.

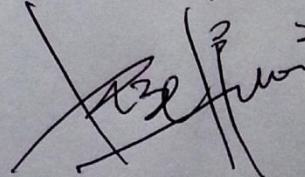
- Saudara dan teman – teman penulis yang selalu setia dalam membantu, memotifasi, dan mensupport penulis dalam pengerjaan tugas akhir ini :

1. Kanda Hilal
2. Kanda Fikri (timbul)
3. Dika debleng
4. Rendra
5. Gilang
6. Sadam carlos

Terima kasih yang tak terhingga penulis ucapkan dan semoga segala bantuan yang telah diberikandibalas oleh Allah SWT, amin.

Akhirnya penulis berharap semoga hasil dari tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, pembaca, dan khususnya penulis sendiri. Dan penulis sadar sepenuhnya bahwa hasil tugas akhir ini jauh dari sempurna. Oleh sebab apabila terdapat kesalahan atau kekeliruan, penulis sangat menerima masukan kritik dan saran.

Bandung, January 2014



Faisal Habibie

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERTANYAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan.....	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	2
1.2.3 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan Perancangan.....	4
1.5 Manfaat Perencanaan.....	4
1.6 Metode Pengumpulan Data.....	5
1.7 Kerangka Perancangan.....	7
1.8 Pembabakan.....	8
<b>BAB II</b> .....	<b>9</b>
<b>DASAR PEMIKIRAN</b> .....	<b>9</b>
2.1 Komunikasi.....	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	9



2.1.2 Komunikasi Kelompok .....	10
2.1.3 Klasifikasi Kelompok .....	10
2.2 Pengertian Promosi .....	10
2.3 Kampanye .....	10
2.3.1 Pengertian Kampanye .....	10
2.3.2 Jenis – jenis Kampanye .....	12
2.3.3 Persuasi Titik Tolak Berkampanye .....	12
2.3.4 Strategi Komunikasi Dalam Kampanye .....	13
2.3.5 Menetapkan Strategi Penulisan Berita (Pesan) .....	17
2.3.6 Kampanye <i>Public Relations</i> Dalam Praktik .....	18
2.3.7 Definisi Dan Objek Kampanye .....	19
2.3.8 Metode Kampanye <i>Public Relations</i> .....	21
2.3.9 Teknik Berkampanye .....	22
2.3.10 Pengertian Program Kampanye .....	24
2.3.11 Program Kampanye Terpadu .....	25
2.3.12 Tipe Kampanye <i>Public Relations</i> .....	26
2.3.13 Proses Sepuluh Tahapan Perencanaan Kampanye .....	31
2.3.14 Merancang Acara Khusus ( <i>Special Events</i> ) .....	36
2.4 Aplikasi .....	36
2.4.1 Smartphone Android .....	36
2.5 Kebudayaan .....	36
2.5.1 Pengertian Kebudayaan .....	36
2.5.2 Hubungan antara Kebudayaan, Individu, dan Masyarakat .....	38
2.5.3 Hubungan antara Kebudayaan dan Peradaban .....	39
2.6 Psikologi Sosial .....	40
2.6.1 Pengertian Psikologi .....	40
2.6.2 Pengertian Psikologi Sosial .....	40
2.6.3 Definisi Psikologi Sosial .....	40
2.6.4 Metode Psikologi Sosial .....	40
2.7 Interaksi Sosial .....	41
2.7.1 Pengertian Interaksi Sosial .....	41

2.7.2 Faktor – faktor Dalam Interaksi Sosial.....	41
2.8 Remaja.....	42
2.8.1 Definisi Remaja.....	42
2.8.2 Definisi Remaja untuk Masyarakat Indonesia.....	44
2.9 Logo dan Simbol.....	45
2.10 Tipografi.....	46
2.11 Media.....	48
2.12 SWOT.....	49
2.13 AIDA ( <i>Attention, Interest, Desire, Action</i> ).....	50
2.14 Komunikasi Visual.....	50
<b>BAB III.....</b>	<b>58</b>
<b>DATA DAN ANALISIS MASALAH.....</b>	<b>58</b>
3.1 Data.....	58
3.1.1 Tutur Poda.....	58
3.1.2 Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga.....	60
3.1.3 Dinas Pendidikan.....	61
3.1.4 Khlayak Sasaran.....	62
3.1.5 Data Wawancara, dan Kuesioner.....	63
3.2 Analisis.....	66
3.2.1 Matriks SWOT.....	66
3.2.2 Skema Analisis.....	69
<b>BAB IV.....</b>	<b>71</b>
<b>KONSEP DAN HASIL PERANCANGAN.....</b>	<b>71</b>
4.1 Konsep.....	71
4.1.1 Konsep Pesan.....	71
4.1.2 Konsep Kreatif.....	73
4.1.3 Konsep Media.....	74
4.1.4 Konsep Visual.....	75
4.2 Konsep Marketing Communication.....	78
4.2.1 Tahap Pendistribusian.....	78
4.3 Hasil Rancangan.....	80

4.3.1 Aplikasi Turur Poda.....	80
4.3.2 Poster.....	83
4.3.3 Brosur.....	84
4.3.4 X - banner.....	85
4.3.5 Stiker.....	86
4.3.6 Stiker Handphone.....	87
.....	87
4.3.7 Penerapan Visual pada Media.....	88
4.4 Studi Visual.....	91
4.4.1 Tapanuli Selatan.....	91
4.4.2 Media.....	92
<b>BAB V.....</b>	<b>97</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>97</b>
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>99</b>

## DAFTAR TABEL

Bagan 1.1 Kerangka Perancangan.....	7
Bagan 3.1 Skema Analisis.....	70
Tabel 3.1 Matriks SWOT.....	67
Tabel 4.1 Konsep Kreatif.....	73
Tabel 4.2 Konsep marketing Communication.....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lingkaran Wama.....	53
Gambar 2.2 Model Wama-warna.....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	101
Lampiran 2 Sketsa Aplikasi.....	103
Lampiran 3 Sketsa Alur Aplikasi.....	104
Lampiran 4 Sketsa Media yang digunakan dalam Desain Aplikasi.....	105
Lampiran 5 Sketsa Media Pendukung.....	106
Lampiran 6 Sketsa Logo Aplikasi.....	107